SAINT-ÉTIENNE
Le Progrès - 24 mars 2017

Incredibox, le jeu stéphanois qui cartonne aux États-Unis



■ **Romain Delambily, le graphiste du jeu, vit à Saint-Étienne. Allan Durand, le gérant lyonnais de So Far So Good, et Paul Malburet, le musicien qui vit désormais à Nancy.** Photo Fanny BAGOT

D'abord site Internet en 2009 puis application disponible sur Apple Store depuis mars 2016, ce jeu de création musicale à la fois rigolo, intuitif et addictif a conquis un vaste public, notamment aux États-Unis.

Le 26 février, des millions d'Américains ont découvert Incredibox grâce à une publicité télévisée diffusée le soir de la cérémonie des Oscars. Une nouvelle consécration pour Allan Durand, Romain Delambily et Paul Malburet, qui ont conçu ce jeu musical à Saint-Étienne en 2009.

Ils se sont rencontrés sur les bancs de l'école supérieure d'arts appliqués de Bourgogne. Avec chacun sa spécialité : le développement Web pour Allan Durand, le graphisme pour Romain Delambily et la musique pour Paul Malburet. « On s'est rapidement aperçus que ces domaines pouvaient être complémentaires et qu'il y avait matière à créer, chose qu'on a toujours aimé faire ensemble depuis qu'on se connaît », explique Allan Durand. Et, dès 2007, c'est à Saint-Étienne, où Romain Delambily est alors étudiant à l'École supérieure d'art et de design (ESADSE), qu'ils planchent sur le son, le graphisme, le personnage, les animations, l'interface, le code de ce qui deviendra Incredibox. Mis en ligne en août 2009, le concept plaît tout de suite. En assemblant des personnages, l'internaute mêle différents effets, percussions, mélodies, chœurs et voix, se transformant en chef d'orchestre d'un groupe de beat box. En trois ans, le site est visité 20 millions de fois. Ce qui était un « passe-temps » devient alors plus sérieux.

« Si le projet devait grossir, potentiellement devenir un projet professionnel et, pourquoi pas, générer des revenus, il fallait encadrer le tout », se souvient Allan Durand. Les trois compères montent donc So Far So Good, société à responsabilité limitée, début 2011. De nouvelles versions successives du jeu permettent notamment d'ajouter des fonctionnalités comme la possibilité d'enregistrer, de partager et de télécharger ses créations sonores.

1 million

C'est le nombre de visites mensuelles enregistrées sur le site Internet d'Incredibox depuis 2012. Dont 40% depuis les États-Unis.

200 000 téléchargements en une semaine

Depuis 2013, Allan Durand gère seul So Far So Good depuis Lyon. Paul Malburet (retourné à Nancy) et Romain Delambily (qui habite toujours Saint-Étienne) sont associés. En mars 2016, ils sont passés à la vitesse supérieure en lançant la version IOS d'Incredibox, qui le rend disponible sur Apple Store (à 3,99 euros). « Depuis sa sortie, l'application est régulièrement dans le Top10 France et USA des catégories "jeux de musique" et "jeux éducatifs". On l'a même rendue gratuite du 18 au 25 décembre, ce qui a permis de générer plus de 200 000 téléchargements en une semaine », se réjouit Allaun Durand. 40 à 50 % des joueurs, tant sur Internet que via l'appli, sont Américains. « Aux USA, Incredibox est même utilisé comme outil d'initiation aux concepts rythmiques par des profs de musique ».

Mélina Rigot

INFO www.incredibox.com et sur Apple Store.

Comment ils ont séduit la plus célèbre marque de cacahuètes chocolatées

« Depuis le début de l'histoire, on a eu pas mal de touches avec des agences de communication qui souhaitaient réutiliser le concept d'Incredibox pour promouvoir des artistes, des marques, des événements. Mais on nous a souvent proposé des budgets ridicules ou des conditions trop bancales », regrette Allan Durand. La proposition de la marque de cacahuètes chocolatées M & M's aux États-Unis était plus sérieuse. « L'idée était de concevoir une campagne Web proposant aux utilisateurs de créer, enregistrer et partager leur mix, avec une chance pour eux de voir leur création sélectionnée et diffusée dans un des spots TV de la marque. Nous avons donc conçu une version d'Incredibox aux couleurs de la marque, dans lequel notre personnage officiel est remplacé par les personnages M & M's. » Et le lancement de cette campagne, uniquement réservée aux internautes américains, est officialisé avec la diffusion d'un spot TV le soir de la cérémonie des Oscars. Une consécration pour So Far So Good et une notoriété supplémentaire sur le sol américain. Mais l'équipe ne compte pas s'arrêter là. « Cette année, on va travailler sur l'application pour Androïd et refondre le site à nouveau pour donner de nouveaux contenus. »

nt-Etienne
urès,
ienne
77.45.10.10
1.48.69
eprogres.fr
leprogres.fr
fr/loire/
com/
tienne
s avez une info ?
68 43
el gratuits
leprogres.fr